

Höhepunkte 2008

Weiterführende Informationen finden Sie unter www.Beiersdorf.de



01. Quartal: Januar – März

– Hansaplast positioniert sich neu

Die Pflaster- und Wundversorgungsmarke Hansaplast präsentiert ihren komplett überarbeiteten Markenauftritt. Der neue Slogan „When life gets exciting.“ („Raus ins Leben.“) richtet sich an Verbraucher, die ein aktives, aufregendes Leben führen, ohne an mögliche Verletzungen oder Beschwerden denken zu wollen.



– NIVEA: Als Hautpflegemarke beim Verbrauchervertrauen die Nr. 1 in Europa

Bei den Europäern genießt NIVEA das höchste Konsumentenvertrauen. Das beweist auch die Studie „Most Trusted Brands 2008“ von Reader's Digest, die als größte europäische Verbraucherstudie gilt. Das Ergebnis: Verbraucher haben NIVEA zum achten Mal in Folge zur vertrauenswürdigsten Hautpflegemarke Europas gewählt.



02. Quartal: April – Juni

– Veröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts

Der Nachhaltigkeitsbericht von Beiersdorf wird als Onlineversion veröffentlicht. Er dokumentiert umfassend unsere Verantwortung für unsere Mitarbeiter, die Gesellschaft sowie die Umwelt und orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative. Unter www.Beiersdorf.de/Nachhaltigkeit ist er abrufbar.



– Indien: Ausbau des NIVEA FOR MEN Whitening-Sortiments

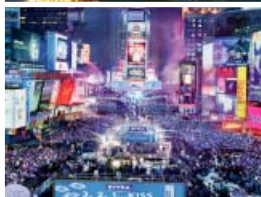
Mit der Einführung von NIVEA FOR MEN Whitening Oil Control für Männer mit fettiger Haut wird das erfolgreiche Whitening-Sortiment in Indien erweitert. Mit diesem neuen Produkt mit hautaufhellender Wirkung wird die Marktführerschaft von NIVEA FOR MEN weiter gefestigt.



03. Quartal: Juli – September

– Auszeichnung für Forschung und Entwicklung

Von über 600 untersuchten europäischen Unternehmen wird die Forschung und Entwicklung von Beiersdorf, als einziger Preisträger aus dem Konsumgüterbereich, vom renommierten Fraunhofer-Institut IPT für ihr Technologiemanagement ausgezeichnet. Besonders hervorgehoben wird die starke Orientierung am Verbraucher bei der Produktentwicklung.



– USA: Einführung von NIVEA Lip Care

In den USA fokussiert sich Beiersdorf seit dem Jahr 2006 mit NIVEA hand & body und Eucerin/Aquaphor auf die Kategorie Körperpflege. Im Herbst 2008 wird NIVEA Lip Care mit der Kampagne „Kiss and Be Kissed“ eingeführt, mit dem Ziel, einer der führenden Anbieter im Bereich der Lippenpflege in den USA zu werden.



04. Quartal: Oktober – Dezember

– Marken erleben: Neues NIVEA Haus in Dubai

Auf den überwältigenden Erfolg des NIVEA Hauses in Hamburg folgt die Eröffnung weiterer NIVEA Häuser: Im November 2008 wird im weltgrößten Einkaufszentrum in Dubai und im April 2009 auch in Berlin ein NIVEA Haus eröffnet. Angepasst an die individuellen Kundenwünsche und lokalen Bedürfnisse, ermöglichen sie unkomplizierte sowie entspannende Kurzzeit-Wellness – nah am Verbraucher.



– Beiersdorf steigt in den DAX auf

Nach dem Beschluss der Deutschen Börse wird Beiersdorf am 22. Dezember 2008 in den DAX, den Kreis der 30 führenden börsennotierten deutschen Aktiengesellschaften, aufgenommen. Damit kann sich Beiersdorf einer noch breiteren nationalen und internationalen Öffentlichkeit präsentieren.